

Pengembangan Komunikasi Pariwisata Halal di Kabupaten Garut Jawa Barat

Susie Perbawasari¹, Dian Wardiana Sjuhro², Yanti Setianti³, Aat Ruchiat Nugraha⁴

¹Universitas Padjadjaran, susie.perbawasari@unpad.ac.id

²Universitas Padjadjaran, d.wardiana@unpad.ac.id

³Universitas Padjadjaran, yanti.setianti@unpad.ac.id

⁴Universitas Padjadjaran, ruchiat@unpad.ac.id

ABSTRAK

Berdasarkan fenomena yang terjadi di sekitar destinasi wisata di Kabupaten Garut, kesiapterapan model komunikasi pariwisata yang belum terbentuk akibat potensi sumber daya manusia yang masih minim menjadi kendala untuk merealisasikan program pariwisata halal. Padahal syarat utama dalam pengembangan layanan wisata halal selain objek wisatanya yang bagus yaitu adanya daya dukung dari sumber daya manusia yang berkualitas dalam melayani para wisatawan. Penelitian ini bertujuan mengetahui upaya yang dilakukan oleh pemerintahan Kabupaten Garut untuk pengembangan komunikasi pariwisata halal. Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan sifat data kualitatif. Penelitian menunjukkan bahwa pemerintahan Kabupaten Garut dalam mengadopsi pariwisata halal sudah mengacu pada buku pedoman pengembangan pariwisata halal yang dikeluarkan oleh pemerintah pusat, dalam hal ini Kementaerian Pariwisata tahun 2017, tetapi masyarakat Garut masih memegang teguh dan mengutamakan adat istiadat leluhur yaitu adat istiadat Sunda sehingga wacana pariwisata halal di Kabupaten Garut masih belum berkembang dengan baik, walaupun mayoritas penduduknya memang beragama Islam. Sebaiknya pemerintahan Kabupaten Garut segera bisa mewujudkan pariwisata halal sesuai dengan harapan dari Deputy Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata Kementerian Pariwisata yang menyatakan bahwa perkembangan pariwisata halal (ramah muslim) saat ini telah memasuki fase *global mainstream market* bukan lagi *niche market*, yang artinya kebutuhan akan destinasi pariwisata yang ramah wisatawan muslim menjadi suatu keniscayaan.

Kata Kunci: Komunikasi, Destinasi, Pariwisata, Halal, Sosialisasi

ABSTRACT

There is a phenomenon on tourism in Garut Regency, which currently has no tourism communication model due to the low number of potential human resources, which in the end, becomes an obstacle in developing a halal tourism program whereas the primary requirement in developing halal tourism services other than suitable tourism objects is the quality of human resources in serving tourists. This study aims to determine the efforts made by the Garut Regency Government to develop halal tourism communication. The method used in this research is descriptive method with qualitative data. Research shows that the Government of Garut Regency in adopting halal tourism has referred to the guidelines for the development of halal tourism issued by the Indonesian government, or the Ministry of Tourism to be exact in 2017. Currently, Garut Regency people still embracing the traditional custom of Sundanese so that the discourse on halal tourism is still not well-developed, even though the majority of the population is Muslim. The Garut Regency Government should immediately be able to develop halal tourism in accordance with the expectations from Deputy of Tourism and Destination Industry Development of the Ministry of Tourism which states that the development of halal tourism (Muslim friendly) has now entered the global mainstream market phase and no longer a niche market, which means need for tourism destinations friendly Muslim tourists become inevitable.

Keywords: Communication, Destinations, Tourism, Halal, Socialization

Naskah diterima: 9 September 2019, direvisi: 21 November 2019, diterbitkan: 15 Februari 2020

PENDAHULUAN

Pariwisata halal adalah jenis wisata yang baru dikembangkan yang bercirikan ramah dalam pelayanan, kelayakan sarana ibadah, keragaman makanan halal yang dijamin, tempat penginapan yang syariah, dan hal-hal teknis lainnya yang terkait dengan kepariwisataan. Di Jawa Barat, objek wisata merupakan penyumbang APBD keempat yang paling besar setelah minyak dan gas bumi, batubara dan minyak sawit.

Provinsi Jawa Barat dengan jumlah penduduk yang paling banyak memberikan angin segar bagi perkembangan bisnis destinasi pariwisata halal yang cukup signifikan. Melihat situasi dan kondisi masa depan perkembangan bisnis wisata halal di Indonesia, maka peluang bisnis dengan menciptakan pariwisata halal di wilayah Jawa Barat masih terbuka lebar, apalagi didukung dengan mayoritas penduduk Jawa Barat adalah muslim, ramah, kreatif dan intelek. Selain itu, proses perkembangan bisnis pariwisata halal dapat diperkuat melalui kebijakan yang diatur secara perundang-undangan maupun atas intervensi pihak dari luar yang mendesak untuk adanya perubahan layanan pariwisata yang berdasarkan konsep keagamaan.

Terkait dengan perkembangan wisata halal, khususnya yang terjadi pada wilayah kabupaten/kota di Jawa Barat, ada beberapa yang sudah mulai merintis bisnis wisata halal salah satunya adalah Pemerintahan Kabupaten Garut.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di sekitar destinasi wisata di Kabupaten Garut, memang benar bahwa kesiapterapan model komunikasi pariwisata yang belum terbentuk akibat potensi sumber daya manusia yang masih minim menjadi kendala untuk merealisasikan program pariwisata halal. Padahal syarat utama dalam pengembangan layanan wisata halal selain objek wisatanya yang bagus yaitu adanya daya dukung dari SDM yang berkualitas dalam melayani para wisatawan. Dengan demikian, masyarakat di sekitar objek wisata tidak terlalu memahami bagaimana cara mengelola suatu tempat wisata yang kreatif dan berkualitas. Hal tersebut tentu merupakan salah satu faktor yang mungkin menyebabkan terhambatnya pengembangan destinasi wisata yang berbasiskan halal di wisata budaya yang ada di kawasan tersebut.

Di sisi lain, potensi alam yang dipadukan dengan konsep agama kini menjadi sumber inspirasi yang cukup potensial dalam meningkatkan daya jual yang tinggi bagi pertumbuhan ekonomi dan secara praktik komunikasi, pengembangan destinasi wisata halal masih sangat terbatas.

Tanpa komunikasi, persepsi masyarakat akan menjadi liar, sehingga citra yang muncul di benak wisatawan dalam maupun luar negeri menjadi tidak terukur dan tidak jelas. Terbukti dengan masih kurangnya informasi-informasi di media massa mengenai destinasi wisata halal yang sudah banyak dikunjungi oleh para pengunjung di wilayah Jawa Barat. Padahal kehadiran, pertumbuhan, dan dominasi perkembangan destinasi wisata halal sedang diprogramkan oleh pemerintah provinsi secara intensif.

Menurut tim peneliti, hal inilah yang mendasari dilaksanakannya penelitian tentang komunikasi pariwisata halal di Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat. Adapun jenis riset yang digunakan adalah dengan metode deskriptif dengan data yang bersifat kualitatif. Secara umum tujuan riset diharapkan dapat membantu memberikan solusi bagi pihak pemerintah dan masyarakat untuk memecahkan permasalahan dibidang pengelolaan pariwisata tersebut khususnya di bidang promosi untuk mempublikasikan pariwisata halal kepada masyarakat luas. Berdasarkan fenomena dan data lapangan yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Garut dalam pengembangan komunikasi pariwisata halal.

KAJIAN PUSTAKA

Untuk mengetahui lebih jauh tentang penelitian ini, maka diperlukan beberapa kajian konseptual yang terkait dengan objek penelitian diantaranya adalah:

Wisata Halal

Wisata halal di Indonesia merupakan program nasional yang langsung berada di bawah kendali Kementerian Pariwisata yang bekerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Budaya di setiap provinsi dan kabupaten/kota. Menurut Battour dan Ismail (2015) dalam Pratiwi, dkk (2017) menyatakan bahwa wisata halal mempertimbangkan hukum islam (Syariah) sebagai dasar untuk memberikan produk pariwisata dan pelayanan kepada target pelanggan terutama yang muslim. Destinasi wisata halal pun tidak terbatas hanya di negara muslim namun juga berlaku dengan penduduk mayoritas non muslim.

Pariwisata halal adalah kumpulan dari berbagai macam barang dan jasa yang mencakup enam unsur yaitu atraksi, aksesibilitas, amenities, daya Tarik, kemudahan dan jaringan kerjasama yang

bertujuan yakni untuk melayani dan memenuhi keinginan, kebutuhan, dan gaya hidup wisatawan muslim (Tim Penyusun Pedoman Pariwisata Halal Jawa Barat, 2019)

Komunikasi Pariwisata

Jero wacik mengatakan bahwa komunikasi pariwisata merupakan integrasi antara ilmu pariwisata dan ilmu komunikasi, karena komunikasi merupakan jantung untuk bernafas atau roda untuk berjalannya seluruh ilmu termasuk ilmu pariwisata (Syam, 2010)

Menurut Nugraha & Prastowo (2017) Komunikasi Pariwisata merupakan kegiatan interaksi manusia yang melibatkan proses pertukaran informasi yang berhubungan dengan objek dan daya tarik wisata beserta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut yang didukung oleh fasilitas dan layanan dari *stakeholders* kepariwisataan.

Kajian Penelitian Sejenis

Penelitian yang berjudul Model Komunikasi Pariwisata dan Industri Kreatif Berbasis Peta Interaktif Online yang ditulis oleh Erwadi Bakar dalam Jurnal Poli Rekayasa Volume 8, Nomor 2, April 2013, halaman 30-39 menunjukkan bahwa hasil penelitiannya adalah dengan memanfaatkan model navigasi pada sebuah aplikasi dapat memudahkan objek pencarian wisata yang diminati oleh calon pengunjung (wisatawan). Adapun kegiatan penelitian ini memiliki dua kategori yaitu perancangan dan pembuatan multimedia online dan pengumpulan data tentang objek wisata.

Berdasarkan kajian konseptual dan penelitian sejenis di atas, maka dapat diperjelas mengenai alur penelitian tentang perancangan model komunikasi pariwisata halal di daerah Garut Jawa Barat sangat diperlukan. Sebab dari beberapa literatur menunjukkan masih sedikitnya penelitian mengenai pariwisata halal yang belum dikomunikasikan dengan baik oleh berbagai *stakeholders*. Dengan demikian, sudah menjadi selayaknya tim peneliti untuk mengetahui dan menjelaskan proses pembentukan dan perancangan model komunikasi pariwisata halal di daerah Garut Jawa Barat yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi selanjutnya dalam memperkuat publisitas pariwisata halal yang sedang dirintis oleh pemerintah provinsi.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, menurut (Kuntoro, 2009: 227) “peneliti berupaya untuk memahami perilaku dan kelembagaan dengan cara mengetahui secara baik sejumlah orang yang terlibat, nilai, ritual, simbol, dan kepercayaan mereka”. Penelitian kualitatif pada hakekatnya ialah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya dengan cara turun ke lapangan dan berada di tempat penelitian dalam kurun waktu tertentu (Nasution, 1996: 5). Adapun jenis desain penelitian yang digunakan merujuk pada jenis deskriptif. Menurut Subana dan Sudrajat (2011: 89) penelitian deskriptif menuturkan dan menafsirkan data yang berkenaan dengan fakta, keadaan, variabel, dan fenomena yang terjadi saat penelitian berlangsung dan menyajikannya apa adanya. Pada penelitian deskriptif, peneliti tidak melakukan pengontrolan keadaan saat penelitian berlangsung.

Data, Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, penulis melaksanakan langkah-langkah pengumpulan data sebagai berikut: (1) Wawancara mendalam guna mendapatkan data sesuai dengan realitas. Wawancara dilakukan secara mendalam untuk mendapatkan informasi tentang destinasi wisata halal, pola interaksi masyarakat, sistem komunikasi dan budaya di kawasan pariwisata. (2) Observasi secara sistematis dan partisipatoris Observasi berupa pengamatan terhadap aktivitas pariwisata halal, pola interaksi masyarakat, sistem komunikasi dan budaya di Kawasan pariwisata, mencatat suatu gejala dengan bantuan instrumen-instrumen dan merekamnya demi untuk memperoleh data yang dibutuhkan dari para informan. (3) Studi dokumentasi/kepustakaan Peneliti menggunakan berbagai referensi yang berkaitan dengan realitas yang diteliti. Dokumen yang diperlukan terdiri dari kata-kata dan gambar yang telah direkam tanpa campur tangan pihak peneliti, yang tersedia dalam bentuk tulisan, catatan, suara, gambar, dan digital.

Pengambilan/Pemilihan Sampel

Narasumber (informan) dalam penelitian ini adalah para pemangku kepentingan yang terlibat

dalam kegiatan pengembangan kawasan wisata halal. Penentuan narasumber ini dilakukan secara purposif, dan memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan oleh Bogdan dan Taylor (1993: 163), yaitu: (1) Subyek penelitian bersedia menerima kehadiran peneliti. (2) Berkemampuan dan berkemauan untuk mengutarakan pengalaman-pengalaman masa lalu dan masa sekarang. (3) Memiliki sesuatu yang menarik, misalnya memiliki pengalaman khusus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti menentukan informan atau narasumber di wilayah Garut. Pemilihan wilayah sampel ini ditunjang dengan fakta bahwa Garut merupakan salah satu kawasan wisata lokal yang menjadi salah satu favorit tujuan wisata bagi warga Jawa Barat. Adapun narasumber yang dijadikan informan dalam penelitian ini adalah para pelaku dan penggerak pariwisata di daerah Garut di mana dari hasil penelusuran peneliti diperoleh beberapa nama informan diantaranya adalah:

1. Tanto selaku Sekretaris Umum PHRI Garut
2. H. Romli selaku Ketua Ikatan Travel Garut/Pemilik Jasa Angkutan Pariwisata Jasa Karunia (ITGA) Garut
3. H. Tika selaku Ketua Asosiasi Café dan Restoran (AKAR) Garut
4. Irno selaku Pegawai Badan Promosi Wisata Daerah Garut
5. Muslih selaku Ketua Kompepar Cipanas Garut
6. Anton selaku Sekjen Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Garut
7. Dr. H. Nizar Hamdani selaku Rektor IPI Garut

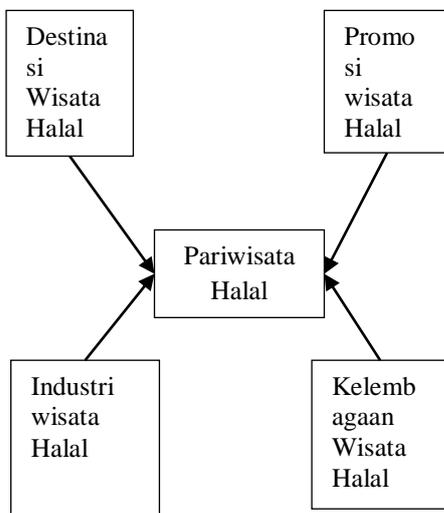
Kabupaten Garut yang terkenal sebagai “Swiss of Java” dikarenakan secara kontur wilayah kota Garut dikelilingi oleh nuansa pegunungan yang didukung oleh pola interaksi masyarakat yang ramah. Dengan kedua potensi yang dimiliki oleh kabupaten Garut tersebut dapat dijadikan sebagai modal yang sangat potensial untuk dikembangkan dan memajukan kawasan alam dan budaya Garut menjadi destinasi wisata yang “eksotis”. Dengan berbagai bentangan alam yang dimiliki oleh kabupaten Garut yang sangat komplit mulai pariwisata pantai, pariwisata petualangan, pariwisata pegunungan, dan pariwisata *artificial* dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan asli daerah (PAD) dari sektor pariwisata sangat menjanjikan. Kabupaten Garut merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Jawa Barat karena memiliki banyak potensi wisata yang dapat menarik

wisatawan untuk datang berkunjung. Sektor pariwisata kabupaten Garut telah menjadi alternatif destinasi wisata yang mudah dikunjungi bagi sebagian warga kota Bandung dan Jakarta setiap akhir pekannya. Adanya akses yang cepat diharapkan masyarakat kabupaten Garut, harus sadar wisata sebagai upaya memberikan keuntungan dan kesejahteraan dari sektor pariwisata yang berkelanjutan apabila dikelola dengan profesional. Bentuk sadar wisata, salah satunya adalah rasa untuk berupaya meningkatkan nilai-nilai yang ada dimasyarakat salah satunya nilai *hospitality* (keramahan). Melalui keramahtamahan ini merupakan salah satu daya tarik dari program kawasan wisata Garut agar memiliki daya tarik bagi wisatawan. Beberapa kawasan wisata yang ada di kabupaten Garut antara lain pemandian air panas Cipanas, wisata kuliner Cibiuk, Dodol dan makanan tradisional lainnya, pantai Santolo, desa adat kampung Dukuh, wisata alam perkebunan teh, dan perkemahan gunung Papandayan serta banyak lagi yang lainnya yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi pariwisata halal. Dengan berbagai potensi yang ada di Kabupaten Garut telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, peningkatan kesempatan kerja dan peluang usaha bagi pihak investor maupun pemerintah daerah.

Apabila merujuk pada buku pedoman pengembangan pariwisata halal yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata tahun 2017 bahwa penerapan pengembangan destinasi pariwisata halal harus memenuhi beberapa prinsip sebagai berikut ini: (1) Mengatur yang diperlukan, yaitu dalam Islam ada kewajiban-kewajiban yang harus dilakukan Muslim. Pelaksanaan kewajiban-kewajiban butuh sarana dan prasarana serta kemudahan pelaksanaan kewajiban lainnya; (2) Memudahkan, dalam artian segala hal yang diatur disini atau yang diminta untuk disediakan adalah yang tidak membutuhkan investasi besar dan mudah untuk diterapkan; (3) Sesuai dengan kemampuan, yaitu khusus bagi industri bisa memilih untuk menyediakan kebutuhan dasar atau kebutuhan yang lebih lengkap (moderat); (4) Bertahap, yaitu industri ataupun destinasi bisa memulai dengan menyediakan atau menyiapkan kebutuhan dasar dan bisa meningkat dengan menyediakan kebutuhan yang lebih lengkap yang akan membuat wisatawan muslim akan lebih nyaman; (5) Skala prioritas, yaitu lebih dahulu disiapkan dan disediakan adalah kebutuhan-kebutuhan dasar dan dalam hal ini adalah kebutuhan-kebutuhan yang memang tidak

mungkin disiapkan sendiri oleh wisatawan muslim seperti sarana dan prasarana untuk beribadah, ketersediaan makanan dan minuman yang terjamin kehalalannya; dan inklusif, yaitu jasa penyediaan ini bisa dilakukan oleh muslim dan non muslim, sebab dalam penyiapan kebutuhan wisatawan muslim tidak akan mengganggu kenyamanan wisatawan non muslim termasuk penyediaan makanan halal tetap bisa dikonsumsi oleh wisatawan non muslim.

Berkaitan dengan perkembangan kepariwisataan bahwa pembangunan pariwisata bertitik tolak pada 4 (empat) pilar yaitu destinasi, pemasaran (promosi), industri pariwisata dan kelembagaan. Seperti terlihat dalam bagan sebagai berikut :



Gambar 1. Pengembangan Pariwisata Halal

Sedangkan dalam tataran teknis ada dua pendekatan dalam menyusun kriteria destinasi wisata halal yaitu berdasarkan kebutuhan muslim selama melakukan dan menjalani aktifitas berwisata dan dari sisi ruang lingkup atau aspek sebuah destinasi. Dengan standar teknis ini diharapkan pengembangan destinasi wisata halal akan semakin strategis di pandangan para wisatawan muslim dalam menjalankan aktifitas kewisataannya.

Untuk standarisasi proses pariwisata halal di Kabupaten Garut, pemerintah provinsi masih merujuk pada buku pedoman pengembangan pariwisata halal yang dikeluarkan oleh pemerintah pusat, dalam hal ini Kementerian Pariwisata tahun 2017.

Dalam isi sambutan Deputy Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata Kementerian Pariwisata menyatakan bahwa perkembangan pariwisata halal (ramah muslim) saat ini telah memasuki fase *global mainstream market* bukan

lagi *niche market*, yang artinya kebutuhan akan destinasi pariwisata yang ramah wisatawan muslim menjadi suatu keniscayaan. Peluang pariwisata ini disambut dengan baik, melalui perhatian dari pihak pemerintah yang diwujudkan dalam bentuk sosialisasi dan pendampingan terhadap pengembangan pariwisata halal di Kabupaten Garut.

Wacana pariwisata halal di kabupaten Garut masih belum berkembang dengan baik, walaupun mayoritas penduduknya memang beragama Islam, namun masyarakat Garut masih memegang teguh dan mengutamakan adat istiadat leluhur yaitu adat istiadat Sunda dalam praktik kehidupan kesehariannya. Terbukti beberapa Kawasan wisata di kabupaten Garut masih memiliki beberapa acara adat dan budaya yang rutin dilakukan setiap tahunnya, seperti Festival Bagendit, Laga Adu Domba, dan sebagainya.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pemerintah Kabupaten Garut Sudah melakukan pemetaan Potensi wisata halal dan sedang merumuskan penerapan wisata halal yang didasarkan pada pedoman yang sudah dibuat oleh Dinas Pariwisata dan Budaya Jawa Barat. Konsep pariwisata halal masih sebatas wacana politik yang disampaikan oleh pemerintah provinsi Jawa Barat. Para pelaku, penggiat, dan penggerak wisata di Garut masih belum terpapar secara komprehensif oleh informasi mengenai wisata halal yang ada di daerahnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakar, Erwadi.2013. Model Komunikasi Pariwisata dan Industri Kreatif Berbasis Peta Interaktif Online. Jurnal Poli Rekayasa, Vol.8, No.2, April 2013, Hal.30-39.
- Nasution, S.1996. *Metode Research*, Jakarta: Bumi Akasara.
- Nugraha, Aat Ruchiat, Perbawasari, Susie, dan Zubair, Feliza.2017. Model Komunikasi Pariwisata yang Berbasis Kearifan Lokal.*Jurnal The Messenger*, Vol.9, No.2, Juli 2017,
- Nugraha, Aat Ruchiat dan Prastowo, Ari Agung.2017. Komunikasi Pariwisata Melalui Branding Tematik Taman Kota di Bandung. *Prosiding Communication, Culture & Tourism Conference* Hal.183-192.

Pinasang, Barry.2015. Peranan Publisitas dalam Meningkatkan Wisatawan di Sulawesi Utara. *Jurnal Acta Diurna*, Vol.IV, No.4, Thn.2015.

Pratiwi, Soraya Ratna, dkk.2017. Strategi Komunikasi dan Tantangan Wisata Halal di Kota Bandung.Proceeding Communication, Culture & Tourism Conference Hal.211-219.

Sedarmayanti, dkk.2018. Pembangunan dan Pengembangan Pariwisata.. Bandung: Refika Aditama

Sedarmayanti.2014, Membangun & Mengembangkan Kebudayaan & Industri Pariwisata

Subana dan Sudrajat. 2011. *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia.

Sudarma, Momon.2014. *Sosiologi Komunikasi*.Jakarta: Mitra Wacana Media.

Sunaryo, Bambang.2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.

Syam,W Nina.2010.Komunikasi Pariwisata Di Indonesia Bandung: News Publishing

Vardiansyah, Dani.2004.*Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Taksonomi Konseptual*.Bogor: PT. Ghalia Indonesia.

BIODATA PENULIS

Dr. Susie Perbawasari, M.Si. lahir di Tasikmalaya, 20 Februari 1961. Lulus S1 Fikom Unpad jurusan Humas tahun 1985, lulus Magister Ilmu Komunikasi tahun 2005, dan lulus Doktor Komunikasi tahun 2013. Menjadi staf pengajar sejak tahun 1994 di Program Studi Hubungan Masyarakat Fikom Unpad, mengajar mata kuliah Media Relations, Komunikasi Bisnis, Marketing Public Relations, Bahasa Indonesia, Pengantar Ilmu Humas, Public Relations Writing, dan Komunikasi dan Budaya Perusahaan. Memiliki konsentrasi di bidang public relations dan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi organisasi,

budaya perusahaan, citra dan reputasi perusahaan, serta branding. Dalam karier akademis pernah menjabat sebagai, Ketua Subprogram Studi Hubungan Masyarakat, Sekretaris Prodi, dan Ketua Program Studi Hubungan Masyarakat sampai sekarang. Pengalaman penelitian tentang transformasi budaya perusahaan, Local Branding kabupaten Purwakarta, serta Perancangan Model Komunikasi Pariwisata Halal di Wilayah Objek Wisata Jawa Barat. Pengalaman pengabdian kepada masyarakat antara lain Pelatihan Marketing Public Relations bagi Masyarakat di Wilayah Objek Wisata Kabupaten Bandung Barat. Pembuatan Artikel Potensi Wisata di Cipatat, Padalarang.

Dr. Dian Wardiana Sjucho, M.Si lahir di Sumedang Jawa Barat 26 Nopember 1960. Menamatkan studi S1, S2, dan S3 di Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad. Pekerjaan sehari-hari menjadi Lektor Kepala di Prodi Jurnalistik Fikom Unpad sejak 1987. Pernah bekerja sebagai komisioner pada Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jabar 2004-2012. Minat keilmuan pada Jurnalistik, Media Massa, Regulasi Penyiaran, dan Radio Komunitas. Jabatannya sekarang Ketua Program Studi D4 Manajemen Produksi Media pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran.

Dr.Yanti Setianti, S.Sos.,M.Si lulus S1 komunikasi jurusan humas tahun 2000. Lulus Magister Ilmu Komunikasi tahun 2004 dan lulus doktor komunikasi tahun 2011. Bekerja sebagai Dosen Program Studi Humas Fikom Unpad sejak Tahun 2002 dengan mengajar mata kuliah public relations writing, marketing public relations, media Public Relations kontemporer , management dan strategi public relations serta komunikasi strategis. Pengalaman penelitian tentang pendidikan kesehatan reproduksi remaja, penerapan fungsi humas pemerintah, dan penerapan fungsi media massa di TV lokal , pola komunikasi keluarga , penelitian tentang sajian informasi tanaman herbal di pasundan , peneliti tentang pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Bandung Barat serta penelitian tentang komunikasi Pariwisata. Pengalaman pengabdian kepada masyarakat memberikan penyuluhan tentang komunikasi keluarga di MTS Mathlaul Ulum Garut, penyuluhan kewirausahaan di SMP Buah Dua, penyuluhan membuat majalah dinding di SMKN 1 Katapang. Penyuluhan komunikasi keluarga di SMAN 1 Bandung. Sosialisasi

tentang pariwisata halal pada radio komunitas di Jawa Barat. Tertarik melakukan kajian-kajian tentang branding, pendidikan kesehatan reproduksi remaja, pendidikan kewirausahaan, pemberdayaan masyarakat, komunikasi pariwisata serta pendidikan komunikasi keluarga

Aat Ruchiat Nugaha, S.Sos., M.Si. Dosen dan peneliti sejak 2010 pada Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran yang telah menyelesaikan studi Magister serta memiliki pengalaman yang spesialis di bidang public relations/ilmu komunikasi dengan fokus kajian pada bidang Branding & Reputation. Adapun kompetensi yang dikuasai meliputi Manajemen Public Relations, Audit Kehumasan, Penulisan Kehumasan, Riset Komunikasi, Company Reputation Research, serta Education & Training. Dalam karier akademisnya, telah menjabat sebagai Kepala Humas Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran dan saat ini tercatat sebagai Sekretaris Program Studi Hubungan Masyarakat. Di samping menjadi pengajar, beliau juga aktif terlibat dalam berbagai penelitian, PKM, dan menjadi pembicara pada forum seminar ilmiah tingkat nasional dan internasional.